

Тюрюканов А.В., Мезенцева А.Э. Цели и задачи бизнес-плана инновационно – инвестиционного проекта // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2018. – №7 (июль). – АРТ 438-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

УДК 338.262

Тюрюканов Андрей Викторович

Студент 3 курса, факультет бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВО «ОрелГУЭТ»

a.tyuryukanov@yandex.ru

Мезенцева Анна Эдуардовна

Студент 3 курса, факультет бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВО «ОрелГУЭТ»

mezya1997@mail.ru

г. Орел, Российская Федерация

**ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ БИЗНЕС-ПЛАНА ИННОВАЦИОННО –
ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА**

Аннотация: Для отличного результата и победы при любом начинании, необходимо сосредоточенно продумывать каждое принятое решение, правильно поставить цели и задачи. Предпринимательская деятельность не является исключением. Чтобы прийти к желаемой цели предприятия и понести незначительные риски, нужно внимательно и ответственно подойти к написанию бизнес-плана.

Ключевые слова: Бизнес-планирование, цели, задачи, инновационно-инвестиционный проект.

Tyuryukanov Andrey Viktorovich

student 3 course, Faculty of Business and Advertising
FGBOU VO " The Orel State University of Economics and Trade"
a.tyuryukanov@yandex.ru

Mezentseva Anna Eduardovna

student 3 course, Faculty of Business and Advertising
FGBOU VO " The Orel State University of Economics and Trade"
mezya1997@mail.ru

Orel, Russian Federation

**GOALS AND OBJECTIVES OF THE BUSINESS PLAN OF THE
INNOVATION INVESTMENT PROJECT**

Abstract: For an excellent result and victory in any endeavor, it is necessary to think carefully about each decision taken, to correctly set goals and objectives. Entrepreneurial activity is no exception. To arrive at the desired goal of the enterprise and incur insignificant risks, you need to carefully and responsibly approach the writing of the business plan.

Keywords: Business-planning, goals, tasks, innovation-investment project

Цель бизнес-планирования - это документированное обоснование, подтверждение клиенту, инвесторам и другим заинтересованным сторонам, что инновационный план согласован в трех основных аспектах. Первый аспект - принятие на рынок продукта, воплощенной идеи. Вторым аспектом - это комплекс показателей финансовой эффективности ИИП. Наконец, в качестве третьей отправной точки рассматривается профессионализм команды, которая не только разрабатывает и производит инновационный

продукт, но так же, обеспечивает его возврат и продвижение на целевом рынке.

В этом контексте трудно говорить об инновационном-инвестиционном проекте, который не связан с конкретной ситуацией, потому что нет универсальных решений в управлении проектами. Поэтому наиболее лучший вариант не рассматривать небольшой, недавно созданный инновационный бизнес. Лучше сосредоточится на примере средней или крупной производственной компании, которая разработала регулярное управление. Отрасль деятельности значения не имеет, как, впрочем, не столь важно, каков удельный вес деятельности компании инновационной направленности.

Это могут быть локальные проекты или проектный бизнес, где сама рыночная стратегия является инновационной по сути. Предположим, что в компании выделен управленческий департамент, отвечающий за разработку и сопровождение инновационных продуктов. Инновационный замысел доведен в своем воплощении до уровня действующего опытного образца новой уникальной продукции. Обозначенные выше вводные позволяют более точно принимать решение о целях и виде бизнес-плана, который предстоит разработать. Как правило, вид и структура плана напрямую связаны с целями и задачами ИИП.



Рисунок 1 – Цели разработки и основные виды бизнес-плана инновационно – инвестиционного проекта.

Среди задач бизнес-планирования в обосновании ИИП выделяются следующие.

1. Подготовить стратегические решения в сфере инновационной деятельности.
2. Сформировать структуру, содержание и последовательность мероприятий инновационного проекта.
3. Оценить общественную и коммерческую эффективность ИИП.

4. Обосновать и уточнить размер инвестиций, задействованных людских и материальных ресурсов.
5. Обосновать эффективность привлечения средств на реализацию ИПП из различных источников.
6. Обосновать выгоду участия в проекте для заинтересованных сторон.
7. Максимально точно установить степень реальности коммерческого успеха ИПП.

Инновационно – инвестиционный бизнес-план должен обладать чертами проектов коммерциализации новых уникальных продуктов, то есть начинаться на стадии, когда опытный образец уже готов к представлению. Это важно, поскольку накладывает отпечаток на специфические черты бизнес-плана. В этой связи полезно учитывать правила, которые вытекают из так называемой модели «1:10:100». Визуально данная модель продемонстрирована на рисунке 2, представленном ниже.

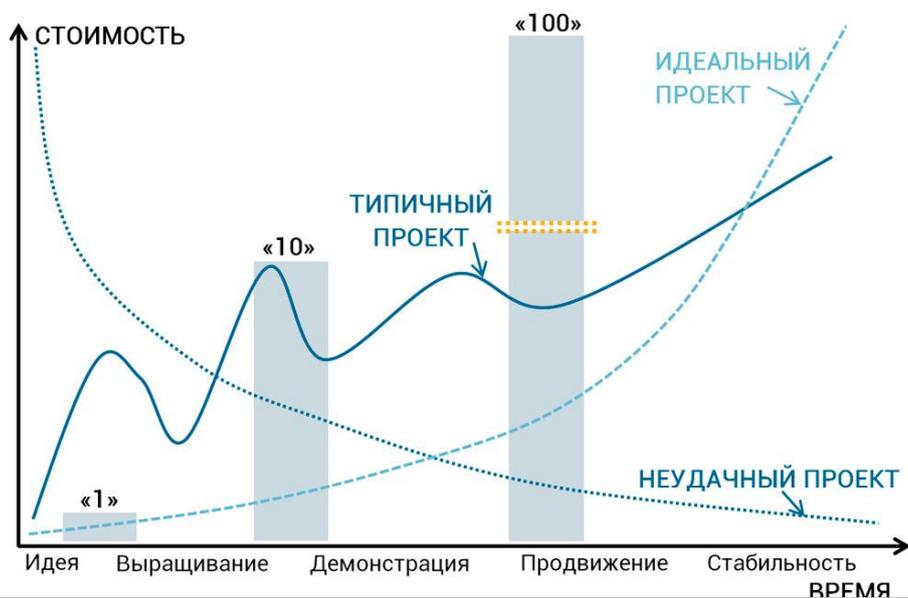


Рисунок 2 – Модель «1:10:100» и изменение стоимости бизнеса.

Суть концепции состоит в том, что потребность в инвестиционных ресурсах для реализации полного ИИП прогрессирует по трем основным вехам.

1. Момент перехода от инновационного замысла к готовой конструкторской документации (КД) или лабораторному образцу. Для достижения такого события необходимы усилия, средства, условно принимаемые за одну ресурсную единицу.

2. Момент сдачи-приемки опытного образца, прошедшего комплекс лабораторных и эксплуатационных испытаний. Для достижения результата устраняются выявленные недостатки КД и технологии производства, прорабатываются дизайн, компоновочные решения и т.п. Прохождение настоящей вехи требует инвестиций в 10-ть раз больше, чем предыдущее событие.

3. Момент готовности к началу массового или серийного выпуска изделия. Пробные штучные или серийные продажи изделий выполнены, учтены замечания потребителей, становится понятным, какие инвестиции требуются для переналадки производственных процессов и оптимизации маркетингово-сбытовых мероприятий. Объем затрат на достижение результата сопоставим с сотней условных единиц.

Параллельно с прохождением обозначенных вех прирастает и стоимость полученных знаний. Синхронно растут и риски, поэтому бизнес-планирование имеет совершенно разную глубину проработки, особенно это касается моментов 2 и 3. Когда инновационный процесс подходит ко второй вехе, бизнес-предложение, которое называется инвестиционным, почти готово для представления его заказчику и партнерам.

Разработка бизнес-плана для инновационно–инвестиционного проекта не может быть точным на данном этапе (допустима ошибка до 30%). Спрос, операционные расходы, денежные потоки - все подвержено ошибкам. И главное в разработке бизнес-плана наличие рыночного спроса на продукт и жизнеспособность бизнеса, основанного на нем.

Если пробная продажа прошла успешно, то факт, что продукт был куплен одним или несколькими клиентами, не означает, что рынок может принять новое предложение. Давайте рассмотрим хотя бы один пример рынка мобильных устройств, где успех определяется миллионами копий проданных продуктов. Даже если предложение было одобрено инвесторами, необходимы надежные исследования рынка и несколько финансовых моделей. На третьем этапе бизнес-план уже в 10 раз больше, а допустимая ошибка в расчетах не должна превышать 7-10%.

Структура разделов бизнес-плана инновационного проекта в целом мало отличается от стандартной методологии, используемой для планирования нового бизнеса. Но инновационно-инвестиционный проект - необычный проект, он специфичен из-за его сопряжения с научными исследованиями и опытно-конструкторская работа. Степень риска во много раз выше, а продукт обладает высокими технологическими свойствами. Это и многое другое накладывает отпечаток на содержание отдельных разделов документа, на которых мы и остановимся.

Без установленных целей очень трудно модифицировать содержание бизнес-плана под конкретный инновационно-инвестиционный проект. Создателям крайне важно ясно представлять, на каком этапе коммерциализации находится инновационная задумка. Ниже, в таблице 1, представлен пример последовательности работ по разработке бизнес-плана на стадии третьей вехи, когда рассматривается целесообразность серийного

или массового производства и сбыта инновационных изделий.

Таблица 1 - Пример состава работ по разработке бизнес-плана ИИП.

№	Планируемые работы	Результат	Раздел в содержании бизнес-плана ИИП
1	Уточнение инновационного замысла и формулирование целей бизнес-плана	Сформулированы цели бизнес-плана	Резюме и представление бизнес-идеи
2	Уточнение требования инвесторов	Получены требования инвесторов	Резюме
3	Выдача заданий на сбор исходной информации	Выданы задания на сбор информации	-
4	Сбор данных о технологиях, оборудовании и относящихся к ним патентах	Получены данные о технологиях, оборудовании и относящихся к ним патентах	Описание компании и отрасли
5	Сбор данных о помещениях и других основных производственных фондах (строительная часть проекта)	Получены данные о помещениях и других основных производственных фондах	Описание компании и отрасли
6	Сбор данных об инновационной продукции (объекта финансирования) и патентах, относящихся к ней	Получены данные об инновационной продукции и патентах, относящихся к ней	Описание инновационной продукции
7	Проведение СТЭП- и SWOT-анализа	Внешняя среда описанная в формате СТЭП – анализа, выделенные ключевые	Описание бизнес – среды

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

		факторы успеха, возможности и угрозы	
8	Сбор данных о продуктах-аналогах	Получены данные о продуктах-конкурентах	Описание бизнес – среды
9	Сбор данных о потребителях инновационной продукции	Получены данные о потребителях	Описание бизнес – среды
10	Сбор данных о конкурентах	Получены данные о конкурентах	Описание бизнес – среды
11	Сбор данных о положении в регионах, которые могут быть связаны с разработкой и реализацией инновационного проекта	Получены данные о положении в регионах	Описание бизнес – среды
12	Разработка плана маркетинга с точки зрения стратегической позиции инновационного продукта на рынке	Цели и стратегии маркетинга, результаты ценообразования, схемы продвижения и распространения продукции; комплекс маркетинговых коммуникаций, модель постпродажного сервиса	План маркетинга
13	Разработка планов научно-исследовательской работы и опытно – конструкторской работы (для ИИП полного цикла)	Планы научно-исследовательской работы и опытно – конструкторской работы	План исследований, разработок и производства

14	Сбор данных о достижениях в области организации производства	Получены данные о достижениях в области организации производства	План исследований, разработок и производства
15	Описание производственного цикла, разработка технологических карт, расчет загрузки производственных мощностей	Технологические карты производственных процессов, описание производственных мощностей с выявленными узкими местами.	План исследований, разработок и производства

Таким образом, инновационный проект всегда связан с материализацией интеллектуального продукта, и, следовательно, значение коммерческой тайны с каждым этапом возрастает. Поэтому высока роль этики принятия документированной информации, обладая которой, недобросовестный читатель может перехватить полученное знание. Меморандум о конфиденциальности не выполняет юридическую функцию, но он помогает предупредить о важности этического аспекта. Кроме того, в этой части описываются такие процедуры, как возврат документа разработчику без права копирования и передачи информации третьим лицам.

Резюме по размеру стандартно – не более трех печатных листов. Его состав в большей степени акцентирует внимание на самом продукте и на опыте инновационной деятельности команды проекта. Главная задача авторов состоит в том, чтобы соблюсти лаконичность и простоту реферативной подачи сути плана. Типовое содержание резюме ИИП состоит из 10 пунктов, представленных на рисунке 3.



Рисунок 3 – Содержание элементов резюме инновационно-инвестиционного проекта.

Цель раздела «Представление бизнес-идеи (инновационного замысла)» состоит в том, чтобы убедить Совет директоров, стороннего инвестора или кредитора, что идея ИИП вызывает интерес. Во всяком случае, она должна выглядеть как стратегически сильное решение и с позиции рыночной реакции, и с позиции возможностей компании. А источниками идеи могут явиться:

- выявленные рыночные потребности;
- запросы представителей целевой аудитории;
- результаты исследований и разработок.

Список использованной литературы:

1. Переходов В.Н., Основы управления инновационной деятельностью. [Текст] // -М.: ИНФРА-М, - 2015 – С. 220.
2. Волонцевич, Е.Ф., Конкурентоспособность фирм [Текст] // «Коммерческая деятельность»- Мн., - 2015 – С. 104.
3. Ильенкова, С.Д., Инновационный менеджмент [Текст] // Под общ. редакцией. - 2015 – С. 347.
4. Ларичева Е.А., Двойная роль инноваций [Текст] // Менеджмент в России и за рубежом. - 2015 – С. 129.
5. Носенко А.С., Формирование инвестиционно-инновационной Стратегии бизнес-плана. [Текст] // М.: ИК МГУПП, - 2015 – С. 78.
6. Анисимов Ю.П., Доходность инновационной деятельности: Монография. [Текст] // Воронеж: АОНО «ИММиФ», - 2015– С. 192.
7. Беренс В., Руководство по оценке эффективности инвестиций. [Текст] // Пер. с англ. М., АОЗТ «Интерэкспрес», «ИНФРА-М», - 2016 – С.123.

Дата поступления в редакцию: 21.07.2018 г.

Опубликовано: 21.07.2018 г.

© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник», электронный журнал, 2018

© Тюрюканов А.В., Мезенцева А.Э., 2018